

[請即時發放]



Samsonite International S.A.
新秀麗國際有限公司*

13-15 Avenue de la Liberté, L-1931, Luxembourg

R.C.S. Luxembourg: B159469

(根據盧森堡法律註冊成立的有限公司)

(股份編號: 1910)

新秀麗公佈 2011 年中期業績

業績摘要:

- 截至 2011 年 6 月 30 日止六個月, 新秀麗的銷售淨額增至 743.8 百萬美元的新記錄, 較 2010 年同期增長 34.5%。撇除匯兌影響, 銷售淨額增長 28.6%。撇除終止 *Lacoste*¹ 及 *Timberland*² 授權協議的影響, 銷售淨額增長 40.8%。
- 經調整 EBITDA³ 增長 40.1% 至 117.9 百萬美元。
- 經調整淨收入⁴ 增長 20.6% 至 66.7 百萬美元。
- 撇除終止 *Lacoste* 及 *Timberland* 授權協議的影響, 新秀麗之經調整 EBITDA 及經調整淨收入分別較 2010 年上半年增長 62.0% 及 41.9%。
- 四個地區的銷售淨額均取得雙位數的強勁增長。
- 旅行產品類別的銷售淨額按年增長 40.6% 至 560.2 百萬美元。商務產品類別的銷售淨額增加 76.5% 至 90.4 百萬美元。撇除 *Lacoste* 及 *Timberland*, 休閒產品類別的銷售淨額增加 29.8% 至 39.2 百萬美元。
- 新秀麗於 2011 年上半年的營銷開支增加 39.5% 至 60.4 百萬美元, 約佔銷售淨額 8%, 反映公司積極利用宣傳及推廣活動, 推動全球銷售額增長。
- 新秀麗的股份於 2011 年 6 月 16 日於香港聯合交易所有限公司主板上市。公司收取所得款項總額 225.3 百萬美元, 加上手頭現金, 悉數用於償還貸款票據及向前優先貸款人還款。
- 新秀麗於 2011 年 6 月 30 日的現金及現金等價物及金融負債總額(撇除遞延融資成本)分別為 101.8 百萬美元及 18.1 百萬美元, 故公司之淨現金狀況為 83.7 百萬美元。

* 僅供識別

¹ *Lacoste* 為 *Lacoste Alligator S.A.* 的註冊商標。

² *Timberland* 為 *Timberland Company* 的註冊商標。

³ 經調整 EBITDA 為一項非國際財務報告準則財務計量工具, 撇除多項非經常性成本及費用以及若干多項非現金費用。新秀麗相信此計量工具能有利於更為完整地瞭解其經營業績及影響其業務的趨勢。

⁴ 經調整淨收入為一項非國際財務報告準則財務計量工具, 撇除多項非經常性成本及費用及若干多項非經常影響新秀麗申報期內溢利的非現金費用。

香港，2011 年 8 月 29 日

新秀麗國際有限公司(「本公司」)今日公佈其截至 2011 年 6 月 30 日止六個月之中期業績。

截至 2011 年 6 月 30 日止六個月，本公司錄得銷售淨額 743.8 百萬美元，較 2010 年同期增長 34.5%。撇除於 2010 年 12 月停止的 *Lacoste* 及 *Timberland* 授權協議的相關銷售淨額，銷售淨額增加 40.8%。

我們繼續對產品開發及營銷投入巨額投資。於 2011 年上半年，營銷開支總額為 60.4 百萬美元，較去年同期增加 39.5%。本公司繼續致力於維持廣告及推廣宣傳上的投資，目前佔銷售額 8%。這市場營銷的持續投資，有助我們在不同消費者環節進一步提升其品牌形象及認同，最終推動其於主要市場的銷售增長。

於 2011 年上半年，本公司核心旅行產品類別的銷售淨額按年增長 40.6%至 560.2 百萬美元。本公司運用新秀麗品牌的實力，擴展至相關業務類別的努力，亦正發揮作用。商務產品類別銷售淨額增加 76.5%至 90.4 百萬美元，佔綜合銷售淨額百分比由 2010 年上半年 9.3%上升至 2011 年同期 12.2%。本公司亦繼續擴充其休閒產品類別業務。撇除 *Lacoste* 及 *Timberland* 的影響，休閒產品類別銷售淨額增加 29.8%至 39.2 百萬美元。

期內，溢利較去年同期減少 11.5 百萬美元至 24.8 百萬美元，主要由於有關本公司股份上市的非常性成本及費用入賬，及悉數償還先前經修訂優先信貸融資額度。

經調整 EBITDA 利潤率由去年同期 15.2%上升至 2011 年上半年 15.8%，這是由於本公司繼續嚴格控制其他一般及行政開支所致。經調整 EBITDA 增長 40.1%至 117.9 百萬美元，經調整淨收入上升 20.6%至 66.7 百萬美元。撇除終止 *Lacoste* 及 *Timberland* 授權協議的影響，本公司經調整 EBITDA 及經調整淨收入較 2010 年上半年分別增加 62.0%及 41.9%。商品價格及勞工成本上升抵銷部分收入增長，令毛利率按預期減少 1.1 個百分點至 55.1%。

四個區域的銷售額均錄得雙位數增長。亞洲仍然是本公司增長最迅速及盈利能力最高地區，銷售淨額顯著增加 50.1%至 267.6 百萬美元，經調整 EBITDA 較去年同期增長 41.2%至 48.7 百萬美元。本公司於所有亞洲市場均錄得雙位數增長，其中中國、印度、南韓

的收益分別增長 55.7%、52.7%及 71.3%。於 2011 年上半年，我們在亞洲新增約 250 個銷售點，約佔期內總數約 400 個的新增銷售點的三分之二。

受惠於優質的產品上架及有效的營銷推廣，歐洲的銷售淨額增加 23.1%至 225.7 百萬美元，經調整 EBITDA 增加 7.7%至 33.9 百萬美元。撇除匯兌影響，歐洲地區收益增長 14.9%。撇除終止 *Lacoste* 及 *Timberland* 授權協議的影響，歐洲銷售淨額及經調整 EBITDA 較 2010 年上半年分別增加 34.6%及 37.2%。美國作為本公司最大單一市場，批發及零售業務持續錄得強勁增長，令北美的銷售淨額增加 31.9%至 186.8 百萬美元，經調整 EBITDA 增加 87.6%至 31.0 百萬美元。拉丁美洲的銷售淨額及經調整 EBITDA 則分別增加 34.3%及 42.7%至 58.2 百萬美元及 10.4 百萬美元。

主席兼行政總裁 Tim Parker 先生表示：「這份令人鼓舞的中期業績證明我們於兩年前將營銷及採購產品的責任下放至亞洲、美國及歐洲各獨立交易地區的決定，十分正確。這決定讓我們能快速回應本地市況，同時受惠於中央對新產品開發的投資。我們的努力已於各個成熟及新興市場的強勁表現中，全面反映。我們繼續在旅行類別業務領先同業，同時於過往一向佔比偏低的商務及休閒類別業務方面，爭取快速增長。於 2011 年 7 月，所有區域的收益均錄得強勁雙位數按年增長。」

「本公司將繼續專注於產品設計及營銷活動的雙重創新，將新秀麗品牌的潛力，全面發揮。於本年度下半年，我們將繼續遵循既有策略，隨銷售增長增加研究開發及營銷的投資。」

Tim Parker 先生總結道：「雖然目前全球經濟存在不明朗因素，我們相信我們已制定有效計劃，以支持本公司中期未來的增長。我們有信心新秀麗可進一步鞏固其於全球主要市場旅行產品領導者的地位，及為股東創造價值。」

財務總監 Kyle Gendreau 先生補充：「本公司股份於 6 月份成功在香港聯合交易所有限公司主板上市。從上市收取的所得款項總額，加上手頭現金，已悉數用於償還其長期借貸。新秀麗擁有健康的資產負債表，於 2011 年 6 月 30 日的現金及現金等價物為 101.8 百萬美元。此外，我們於 2009 年進行的重組，顯著降低我們的營運成本，讓我們能在穩健根基下準備就緒，推行未來發展計劃。」

新秀麗國際有限公司

綜合財務數據 (未經審核)

(以千美元呈列，特別列明除外)

	2011 年 6 月 30 日止 六個月	2010 年 6 月 30 日止 六個月	百分比變化	撇除 <i>Lacoste</i> 及 <i>Timberland</i> 經調整百分比 變化
銷售淨額	743,824	552,858	34.5%	40.8%
毛利	409,994	310,642	32.0%	38.2%
期內溢利	24,818	36,326	(31.7%)	(13.5%)
經調整 EBITDA	117,867	84,110	40.1%	62.0%
經調整淨收入	66,667	55,267	20.6%	41.9%

	截至 2011 年 6 月 30 日	截至 2010 年 12 月 31 日	變化
現金及現金等價物	101,834	285,798	(183,964)
總貸款及借款 ⁵	(18,101)	(258,741)	240,640
淨現金及現金等價物 ⁶	83,733	27,057	56,676

按地區劃分之 銷售淨額	2011 年 6 月 30 日止 六個月	2010 年 6 月 30 日止 六個月	變化	撇除 <i>Lacoste</i> 及 <i>Timberland</i> 經調整百分比 變化
亞洲	267,562	178,304	50.1%	56.2%
歐洲	225,733	183,344	23.1%	34.6%
北美	186,800	141,581	31.9%	33.3%
拉丁美洲	58,194	43,342	34.3%	36.1%

- 完 -

⁵ 總貸款及借款，撇除遞延融資成本。

⁶ 現金及現金等價物減貸款及借款。

關於新秀麗

新秀麗國際有限公司是全球最大的旅遊行李箱公司，擁有 100 年悠久歷史。本公司設計、營銷及銷售旗下 *新秀麗* 和 *American Tourister* 兩大品牌的旅遊、商務及休閒行李箱以及旅行配件。其中核心品牌 *新秀麗* 是全球最著名的旅遊行李箱品牌之一。本公司產品在超過 100 個國家逾 37,500 個銷售點出售。新秀麗於香港聯合交易所有限公司主板上市，股份代號為 1910。

若有垂詢，請聯絡：

香港媒體

新秀麗國際有限公司

虞瑋麟

電話： (852) 2422 2611

傳真： (852) 2480 1808

電郵： investor.relations@samsonite.com

IPR 奧美公關

譚寶瑩／陳君柏／魯穎妍／李亦斯／勞子穎

電話： (852) 2136 6182／2136 6955／3920 7647／2169 0467／3920 7625

傳真： (852) 3170 6606

電郵： natalie.tam@iprogilvy.com／peter.chan@iprogilvy.com janette.lo@iprogilvy.com
／juliana.li@iprogilvy.com／demi.lo@iprogilvy.com

本公告包含前瞻性陳述，除關於過往事實的陳述外，本公告所載陳述，包括但不限於本公司業務策略的探討，及對未來營運、利潤率、盈利能力、流動資金及資本資源的預期，行業的未來發展及本公司主要市場整體經濟的未來發展，以至之前、之後及其中含有詞彙及措辭如「預期」、「尋求」、「相信」、「計劃」、「擬」、「估計」、「預測」、「預計」、「可能」、「將」、「會」及「或許」或類似詞語的陳述，在與本公司或本公司管理層相關的情況下，均為前瞻性陳述。

前瞻性陳述受到若干已知或未知風險、不明朗因素及假設的影響，可能導致本公司的實際業績、表現或成就，與前瞻性陳述所表達或暗示的任何未來業績、表現或成就有重大差異。閣下不應過份依賴任何前瞻性訊息。

在適用法律、規則及法規要求的規限下，不論由於新增資訊、未來事件或發展或其他方面，本公司均無且未承擔義務更新或修訂本公告的前瞻性陳述。本公告中，有關本公司意向的陳述或提述均於本公告刊發日期作出。任何該等意向可能會隨日後的發展而改變。以上所載是項警告聲明適用於本公告中所載所有前瞻性陳述。

- 完 -